

## ABSTRAK

**Firman Hadi Putra**, Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Produk dan Harga Terhadap Volume Penjualan Nikel Pada PT. Antam, Tbk UPN Pomalaa.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Antam, Tbk UPN Pomalaa, yang merupakan salah satu unit operasi dari PT. Antam Tbk yang berpusat di Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Strategi Pemasaran Produk dan Harga Terhadap Volume Penjualan Nikel Pada PT. Antam, Tbk UPN Pomalaa. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan mengenai strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan produk nikel.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji-t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dan Uji-f digunakan untuk menguji tingkat signifikansi secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen (Y).

Dari hasil penelitian dan perhitungan diperoleh hasil bahwa secara bersama-sama variabel harga dan produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan volume penjualan nikel pada PT. Antam Tbk. Secara parsial variabel produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sedangkan variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan nikel pada PT. Antam Tbk.

**Kata kunci : Strategi Pemasaran, produk, harga, volume penjualan**

## **ABSTRACT**

**Firman Hadi Putra**, Effect Analysis of Marketing Strategy and Product Sales Volume Price Of Nickel PT. Antam, Tbk UPN Pomalaa.

Research was conducted at PT. Antam Tbk Pomalaa UPN, which is one of the operating unit of PT. Antam Tbk, which is based in Jakarta. This study aims to determine the effect of Strategic Marketing and Product Sales Volume Price Of Nickel In. Antam, Tbk UPN Pomalaa. The benefits of this research is for information and input for the company in making decisions about appropriate marketing strategies to boost sales of nickel product.

The method of analysis used is multiple linear regression analysis which aims to determine the level of influence of independent variables on the dependent variable. T-test used to test the significance of the partial relationship of each independent variable and dependent variable and test-f is used to test the level of significance is jointly independent variable to dependent variable (Y).

From the research results and calculations obtained results that together the variables of price and product has a significant influence on the increase nickel sales volumes at PT. Antam Tbk. Partially variables significantly influence the volume of product sales while the price variable does not significantly affect the volume of nickel sales at PT. Antam Tbk.

**Keywords: Marketing Strategy, product, price, sales volume**